

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, M. (2021). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), 27–35.
- Arif, D., & Ekasari, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Suasana*. 3(2), 139–146.
- Basri, H., Yulian Ma'mun, M., & Malihah, L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 99–113. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.2284>
- Carvalho, H. D. F., Saldanha, E. D. S., & Amaral, A. M. (2021). *The Mediation Effects of Customer Satisfaction on the Relations Between Product Price , Service Quality and Purchasing Decision*. 2(1), 14–26.
- Fairuz, A. A., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Showroom Ud. Hikmah Motor Group Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 9(10), 15–31.
- Fajar, A., & Ratnawili, R. (2024). *PENGARUH DESAIN INTERIOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Restoran Lavenrice Bengkulu)*. 5(1), 211–220.
- Hanifah, S. N., & Anggraini, R. R. R. (2025). *Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Indodimsum Tangerang Selatan*.
- Herlina, N., Susanti, Y., & Ramadhan, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Pribadi dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 210–216. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i3.311>
- Ilmiah, J., Bisnis, M., Inovasi, D. A. N., & Sam, U. (2021). *promotion mix*., 8(3), 704–714.
- Kasus, S., Kedai, P., & Zuhroh, S. (n.d.). *PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiati, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Marcelino, (2022). Membangun keputusan pembelian online dan citra merek berdasarkan efektivitas lokasi. *Jurnal manajemen dan bisnis*. Vol.5 edisi 2022
- Mamonto, T., & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis*

- Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Manggu, B. (2021). *ANALISIS PENERAPAN SEGMENTAS I , TARGETING , POSITIONING (STP) DAN PROMOSI PEMASARAN SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN*. 25(1), 27–34.
<https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Nasution, S. W. (2023). *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk*. 4(1), 181–187.
<https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.926>
- Nelly, T. (2021). pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap niat pembelian produk perawatan kulit. *Jurnal manajemen bisnis dan kewirausahaan*, Vol. 5 no 5
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232.
<https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Pebriantika, D. T., Pitriyani, U., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Harga Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 255–262.
<https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.4589>
- Pratama, L. S., Ivani, G., Sianipar, M. R., & Sudirman, A. (2025). *The Effect Of Advertising , Sales Promotion , And Word Of Mouth On Consumer Purchase Decisions In Medan City Using The Tiktok Application Pengaruh Advertising , Promosi Penjualan , Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Medan Menggunakan Aplikasi Tiktok*. 6(2), 473–481.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283.
<https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rahmat Nizar, M. (2015). Penggunaan Brosur Sebagai Media Iklan Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Pt a&S Holiday Travel Palembang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Reppi, L. V. Y., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2021). Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood (Study Pada Pengguna Jasa Grabfood Di Kota Manado Pada Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal EMBA*, 9(3), 1482–1490.
- Rizkyani, M. A., Anggraeni, N., Manajemen, J., Ekonomi, F., Gunadarma, U., Normalitas, P., Pelayanan, K., & Pelayanan, K. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Kualitas Pelayanan , Promosi , Kemasan , Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Hokben*. 7(3), 482–487.
<https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2608>
- Sakti, D. H., & Pratama, M. P. (2022). Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup,

- dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Polygon di Kebumen: Studi pada Pengguna Polygon di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(1), 83–96.
- Sari et al. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.644>
- Silitonga, S., Nasution, W. F., Tinggi, S., Manajemen, I., & Medan, S. (2024). Pengaruh Fitur Live Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 347–353. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Sri W.H, M. A., & Anasrulloh, M. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Subiyanto, R. S. (2023). *Pengaruh Lifestyle Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Di Kota Bima*. 1(5), 70–87.
- Suryani, N. I., & dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di KotaBogor. *YUME : Journal of Management*, 4(2), 254–272. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>
- Yunaida, E., & Nurlaila Hanum. (2022). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Pillar Tamiang Konstruksi Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 389–401. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.2399>
- Zak, S., & Hasprova, M. (2020). *The role of influencers decision-making process in the consumer*. 03014.